

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN KOMPETITIF DALAM INDUSTRI
PERHOTELAN DI KOTA SURAKARTA**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana
Ekonomi (S1)
Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



Disusun Oleh:

Hans Kristian Purwanto

NPM: 11 03 19018

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2015

SKRIPSI

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN KOMPETITIF DALAM INDUSTRI

PERHOTELAN DI KOTA SURAKARTA



Disusun Oleh:

Hans Kristian Purwanto

NPM: 11 03 19018

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to be "E. Kusumadmo", is written over the name of the supervisor.

E. Kusumadmo, MM., Ph. D.

Tanggal 10 Juli 2015

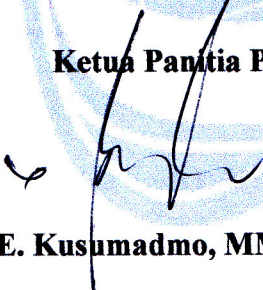
SKRIPSI
ANALISIS STRATEGI PEMASARAN KOMPETITIF DALAM
INDUSTRI PERHOTELAN DI KOTA SURAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh
Hans Kristian Purwanto
NPM : 11 03 19018

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal 5 Agustus 2015
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima
sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi
(S1) Program Studi Manajemen'

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji


E. Kusumadmo, MM., Ph. D.

Anggota Panitia Penguji


Budi Suprpto, MBA., Ph.D


Drs. Gunawan Jiwanto, MBA

Yogyakarta, 7 Agustus 2015
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN KOMPETITIF DALAM INDUSTRI PERHOTELAN DI KOTA SURAKARTA

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 3 Juli 2015

Yang menyatakan


Hans Kristian Purwanto

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat, kasih, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Kompetitif dalam Industri Perhotelan di Kota Surakarta”. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulisan skripsi ini tidak dapat selesai dengan baik tanpa adanya bantuan dari beberapa pihak yang telah banyak memberikan bantuan berupa saran, masukan, bimbingan, dorongan, serta dukungan moril dan materiil yang sungguh berarti bagi penulis. Melalui kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. **Tuhan Yesus Kristus** yang telah menyertai penulis dalam penyusunan skripsi ini sampai dengan selesai.
2. Bapak **E. Kusumadmo, MM., Ph. D.** selaku dosen pembimbing saya yang dengan sangat sabar dalam memberikan arahan serta penjelasan materi-materi dalam penyusunan skripsi ini.
3. **Papa dan Mama** tercinta yang telah memberikan doa, motivasi, dan dukungan yang tak pernah putus selama masa perkuliahan sampai pada penyelesaian skripsi ini.
4. Kekasih tersayang, **Mellisa Febrianti** dan keluarga yang telah memberikan doa, dukungan, dan motivasi.
5. Bibi tersayang, **Endang Sutiknowati** yang telah memberikan doa dan dukungan bagi saya.

6. Teman-teman terbaik: **Herman, Vernando Barus, Ricky AD, Wendy** yang sudah member semangat, masukan, dan menghibur pada saat jenuh.
7. Teman-teman lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
8. Pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, sehingga laporan tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa program dan laporan Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca sekalian, sehingga suatu saat penulis dapat menciptakan karya yang lebih baik lagi.

Akhir kata, penulis ingin meminta maaf sebesar-besarnya bila ada kesalahan dalam penyusunan laporan maupun yang pernah penulis lakukan sewaktu membuat program Tugas Akhir ini. Semoga Tugas Akhir ini dapat berguna bagi kita semua.

Yogyakarta, 3 Juli 2015
Penulis,

Hans Kristian Purwanto

MOTTO

"Orang sukses adalah orang yang mampu bangkit satu kali lebih banyak dari jumlah kegagalannya "
(Billy P.S.Lim)

"Kehidupan yang besar selalu dimulai dengan impian yang besar "
(David J. Schwartz)

"Jangan biarkan dunia mengatur kita tapi ubahlah dunia untuk jadi lebih baik, sebelum mengubah dunia ubahlah dulu diri sendiri, karena kita diciptakan untuk tumbuh dan berkembang "
(David J. Schwartz)

" Jika mata kita senantiasa tertuju kepada Pencipta kita, jika perhatian kita senantiasa dapat diberikan kepadaNya, dan mendengar bilamana Allah memanggil, dan kita senantiasa mengangkat kepala kita tinggi ketika masalah datang ke dalam hidup kita. Kita seharusnya tidak perlu cemas, karena damai sejahtera Allah akan tetap tinggal di hati kita. "
(Rebecca Barlow Jordan)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN MOTTO	vii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
INTISARI	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Batasan Masalah	5
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Manfaat Penelitian	6
1.6. Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Konsep Strategi Pemasaran	9
2.1.1. Strategi	9

2.1.2. Pemasaran	9
2.1.3. Strategi Pemasaran	10
2.2. Strategi Pemasaran Bersaing	11
2.3. Posisi Persaingan	14
a. Pemimpin Pasar (<i>Market Leader</i>)	14
b. Penantang Pasar (<i>Market Challenger</i>)	15
c. Pengikut Pasar (<i>Market Follower</i>)	16
d. Penggarap Ceruk Pasar (<i>Market Nicher</i>)	16
2.4. Perusahaan Perhotelan	17
a. Hotel Bintang	18
b. Hotel Melati	19
2.5. Penelitian Terdahulu	20
2.6. Hipotesis	20
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Jenis dan Sumber Data	22
3.2. Populasi dan Sampel	22
3.3. Metode Pengambilan Sampel	23
3.4. Definisi Operasional	23
3.5. Metode Pengumpulan Data	24
3.6. Teknik Pengukuran Variabel	25
a. <i>Rating Scale</i> (Skala Penilaian)	25
b. <i>Attitude Scale</i>	25
3.7. Metode Pengujian Instrumen	26

a. Uji Validitas	26
b. Uji Reliabilitas	27
3.8. Teknik Analisis Data.....	27
a. Analisis Statistik Deskriptif	27
b. Analisis Chi-square	28

BAB IV HASIL DAN ANALISIS DATA

4.1. Gambaran Umum Responden Penelitian	30
4.2. Pengujian Instrumen.....	31
4.3. Analisis Karakteristik Demografi Responden.....	32
4.4. Analisis Chi-square	36
4.4.1. Kinerja Usaha Perhotelan.....	38
4.4.2. Pendekatan Strategi Pemasaran Kompetitif.....	41
4.5. Pembahasan.....	49

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan	52
5.2. Implikasi Manajerial	56
5.3. Saran.....	58
5.4. Keterbatasan Penelitian.....	60
5.5. Saran Bagi Penelitian Selanjutnya	60

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional	24
Tabel 4.1 Uji Validitas Dan Reliabilitas	32
Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan	33
Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Pengalaman Di Industri Perhotelan	33
Tabel 4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Pangsa Pasar	34
Tabel 4.5 Distribusi Responden Berdasarkan Kepemilikan Cabang	34
Tabel 4.6 Distribusi Responden Berdasarkan Kelas Hotel	35
Tabel 4.7 Distribusi Responden Berdasarkan Penghargaan Yang Pernah Diterima	35
Tabel 4.8 Distribusi Responden Berdasarkan Kepemilikan Departemen	36
Tabel 4.9 Tingkat Keuntungan Bisnis.....	38
Tabel 4.10 Tingkat Pemahaman Pada Kebutuhan Pelanggan.....	39
Tabel 4.11 Perbandingan Kinerja Hotel Dengan Pesaing.....	40
Tabel 4.12 Menawarkan Biaya Yang Lebih Rendah	41
Tabel 4.13 Menawarkan Nilai Lebih Untuk Harga Pasar Yang Ada.....	42
Tabel 4.14 Menawarkan Produk/Servis dengan Atribut Yang Unik	43
Tabel 4.15 Menawarkan Progam Promosi Yang Berbeda	44
Tabel 4.16 Fokus Pada Keseluruhan Pasar	45
Tabel 4.17 Fokus Pada Kenyamanan Pelanggan	46
Tabel 4.18 Menyediakan Fasilitas Pemesana Secara <i>Online</i>	47
Tabel 4.19 Menawarkan Kualitas Produk/Servis Yang Lebih Baik	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	37
------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Izin Penelitian.....	65
2. Kuesioner Penelitian.....	66
3. Data Penelitian	65
4. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	65
5. Data Demografi Responden.....	65
6. Analisis Chi-square.....	65

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN KOMPETITIF DALAM INDUSTRI PERHOTELAN DI KOTA SURAKARTA

**Disusun oleh:
Hans Kristian Purwanto
NPM: 11 03 19018**

**Pembimbing
E. Kusumadmo, MM., Ph.D.**

INTISARI

Penelitian yang dilakukan pada industri perhotelan ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran kompetitif yang digunakan oleh perusahaan perhotelan di Kota Surakarta. Strategi pemasaran yang digunakan sebagai acuan adalah 6 strategi pemasaran kompetitif/bersaing dasar dari Kotler yaitu kepemimpinan biaya menyeluruh, diferensiasi, fokus, kesempurnaan operasional, keintiman pelanggan, dan kepemimpinan produk.

Penelitian ini dilakukan terhadap perusahaan perhotelan di Kota Surakarta yang menempati posisi bersaing yang berbeda-beda, yaitu sebagai pemimpin pasar, penantang pasar, dan pengikut pasar. Analisis yang digunakan antara lain adalah analisis presentase dan analisis chi-square.

Berdasarkan dari hasil penelitian, ditemukan bahwa perusahaan perhotelan yang menempati posisi berbeda. Hotel dengan posisi persaingan sebagai pemimpin lebih menerapkan strategi bersaing fokus pada kenyamanan, sedangkan hotel dengan posisi bersaing sebagai penantang lebih agresif dalam menerapkan strategi bersaing yaitu dengan strategi: menawarkan harga yang lebih murah, menawarkan nilai yang lebih baik dari jasa layanan yang dijual, menawarkan produk atau servis yang lebih unik, lebih intensif dalam menawarkan program promosi dengan format yang berbeda, melayani pelanggan dalam berbagai segmen, dan berorientasi pada pengembangan fasilitas pemesanan secara *online* yang lebih baik.

Kata Kunci: strategi pemasaran kompetitif, posisi bersaing, industri perhotelan